

SÍLABO

Dirección y Comunicación Estratégica

Código	ASUC01238	Carácter	Obligatorio	
Prerrequisito	Fundamentos de la Comunicación Corporativa			
Créditos	5			
Horas	Teóricas	4	Prácticas	2
Año académico	2022			

I. Introducción

Dirección y Comunicación Estratégicas es una asignatura de especialidad de carácter obligatorio que se ubica en el quinto período de la carrera. Es prerrequisito de la asignatura Relaciones Públicas y Protocolo del sexto período y desarrolla, en un nivel inicial, la competencia específica Comunicación Corporativa. Su relevancia reside en que otorga una visión general de la estrategia y formas adecuadas de liderazgo como principal herramienta gerencial para el desarrollo de la empresa de forma global.

Los contenidos que la asignatura desarrolla son los siguientes: La organización y las personas. Estrategia y formas adecuadas de liderazgo. Comunicación organizacional. El enfoque "*management* de personas y proyectos".

II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de analizar estrategias comunicativas acordes con las necesidades de una organización y contextualizarlas, así como, también, analizar diálogos constructivos entre la organización y sus públicos mediante mecanismos comunicacionales.

III. Organización de los aprendizajes

Unidad 1		Duración en horas	24
La organización y las personas			
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar la naturaleza de las organizaciones y el rol que cumplen las personas dentro de ellas para el desarrollo de las mismas.		
Ejes temáticos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teoría organizacional 2. El factor humano en la empresa 3. Cultura, identidad y comportamiento organizacional 4. Diagnóstico organizacional 		

Unidad 2		Duración en horas	24
Estrategia y formas adecuadas de liderazgo			
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar las principales estrategias de liderazgo que contribuyan a la gestión de personas y de la cultura organizacional.		
Ejes temáticos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principales claves para un buen liderazgo 2. Gestión de las emociones, inteligencia emocional 3. Fundamentos y estrategias de negociación 4. El papel del líder como gestor del cambio 		

Unidad 3		Duración en horas	24
Comunicación organizacional			
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar la importancia de la comunicación y sus principales herramientas en la contribución de los objetivos institucionales, favoreciendo el comportamiento organizacional.		
Ejes temáticos:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicación en la organización: análisis y mapeo de stakeholders 2. Comunicación interna, externa y online 3. Manejo de crisis, plan de comunicación de crisis 4. Gestión de intangibles, estrategias de negociación 		

Unidad 4		Duración en horas	24
El enfoque “management de personas y proyectos”			
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar un proyecto de comunicación estratégica, a través del desarrollo para una organización, empleando el enfoque <i>management</i> de personas y proyectos.		
Ejes temáticos:	1. Fundamentos de la dirección de proyectos 2. Dirección y control de proyectos 3. Gestión de relaciones con públicos de proyectos 4. Ética y buen gobierno corporativo		

IV. Metodología

a. Modalidad presencial:

Se realizarán clases magistrales, aprendizaje basado en proyectos, exposición de videos, trabajos en grupos, interacción continua en clases, aprendizaje colaborativo y se añadirán videos y presentaciones al aula virtual. Asimismo, se realizarán discusiones de lecturas, análisis, solución de casos y ejercicios.

V. Evaluación

Modalidad presencial

Rubros	Unidad a evaluar	Fecha	Entregable/Instrumento	Peso Total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / Prueba objetiva	0%
Consolidado 1 C1	1	Semana 1-4	- Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo	20%
	2	Semana 5-7	- Ejercicios grupales de análisis de casos / Rúbrica de evaluación	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 8	- Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo	20%
Consolidado 2 C2	3	Semana 9-12	- Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo	20%
	4	Semana 13-15	- Desarrollo individual de análisis de problemas y control de lectura / Ficha de evaluación	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 16	- Exposiciones grupales de asignación de proyectos / Rúbrica de evaluación	40%
Evaluación sustitutoria *	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica	

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20\%) + EP (20\%) + C2 (20\%) + EF (40\%)$$

VI. Bibliografía

Básica:

Scheinson, D. (2011). *Comunicación estratégica: la opinión pública y el proceso*. Granica. <https://bit.ly/39ukplt>

Complementaria:

Brandolini, A. (2009) *Comunicación interna: clave para una gestión exitosa*. Buenos Aires: La Crujía.

Costa, J. (2010). *El DirCom hoy: dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía*. Barcelona: Costa Punto Com.

Scheinson, D. (2011). *Comunicación estratégica: la opinión pública y el proceso comunicacional*. Buenos Aires: Gránica.

Tessi, M. (2015). *Comunicación interna en la práctica: siete premisas para la comunicación en el trabajo*. Buenos Aires: Gránica.

Villafañe, J. (2004). *La buena reputación*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Villafañe, J. (2013). *Propuesta para una teoría de la reputación corporativa*. Madrid: Pearson.

VII. Recursos digitales:

Corporate Excellence. Approaching the future (2019).

<https://www.corporateexcellence.org/recurso/approaching-the-future-2019/d213b3f6-4994-0cc2-fac6-6e6fedc18f98>

Edelman. Trust Barometer Global Report (2019).

https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2018-10/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf

Hootsuite. Trends Report (2019).

<https://hootsuite.com/es/research/tendencias-en-redes-sociales>